

**Universidad de la República**  
**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**  
**Cursos de Educación Permanente**  
**Primer Semestre 2010**

**Título: Planificación de Medios Aplicada**

**Docentes responsables:** Lic. Leonardo Moreira y Mg. Marianela Fernández.

**Destinatarios:** Licenciados en Ciencias de la Comunicación.

En caso que los inscriptos superen el cupo previsto, se priorizará a quienes hayan cursado las materias del Trayecto Publicidad y/o trabajen en las área de medios de diferentes empresas (agencias, centrales de medios, medios de comunicación, consultoras, etc.).

**Fundamentación:** Las formas clásicas de comunicación publicitaria han cambiando profundamente, debido a una conjunción de factores, todos ellos interrelacionados que resultan ser causa y consecuencia de otros. Diferentes hábitos y estilos de vida de las personas, un imparable desarrollo tecnológico en el campo de las comunicaciones, la saturación de los medios tradicionales y el nacimiento de nuevos soportes, han determinado una transformación estructural en el negocio publicitario, evidenciando un fuerte protagonismo de las acciones promocionales y la búsqueda de medios alternativos e innovadores (below the line).

Asimismo, al planificador de medios se le exige un doble esfuerzo. Por una parte, el esfuerzo técnico para manejar con solvencia las metodologías y herramientas de su oficio. Por otra, y a partir de toda esa parafernalia numérica y estadística, que sea creativo en la elaboración de sus pautas y recomendaciones. En este ejercicio cotidiano, los planificadores se encuentran con sobreabundancia de información para algunos medios y total escasez para otros. La tentación (y el riesgo) es preferir los unos y desechar los otros, lo que hace que la planificación de medios sea, cada vez y en mayor medida, una tarea compleja y complicada.

**Objetivos:** Exponer y reflexionar sobre la naturaleza y el funcionamiento de los medios de comunicación publicitaria, así como de los elementos básicos y habituales para su planificación, con especial énfasis en el manejo práctico de la herramienta OPTI+ (propiedad de la empresa Equipos Mori Asociados), con el fin de dotar a los participantes de unos conocimientos esenciales para su formación profesional y desempeño en el mercado laboral.

**Contenidos:**

1. Evolución, cambios y perfiles de los medios y las audiencias.  
La función de medios en la publicidad del siglo XXI.  
Conceptos e indicadores básicos en la planificación de medios.  
Taller 1: Presentación de la herramienta de planificación OPTI+.
2. Evolución, caracterización actual y tendencias de la Prensa.  
Taller 2: simulación pautas Prensa.
3. Evolución, caracterización actual y tendencias de la Radio.  
Taller 3: simulación pautas Radio.
4. Evolución, caracterización actual y tendencias de la Televisión.  
Taller 4: simulación pautas Televisión.
5. Evolución, caracterización actual y tendencias de la Vía Pública.  
Taller 5: simulación pautas Vía Pública.
6. Evolución, caracterización actual y tendencias de la Internet.  
Taller 6: simulación pautas Internet.
7. Evolución, caracterización actual y tendencias de nuevos espacios y medios.  
Taller 7: simulación pautas Nuevos Medios.

8. Taller 8: estudio de casos.  
Estudios y herramientas disponibles en el mercado uruguayo para la planificación.  
Reflexiones finales.

**Carga horaria:** 16 horas.

**Frecuencia:** 2 clases semanales, de 2 horas cada una, durante 4 semanas.

**Fecha de inicio:** Lunes 31 de mayo.

**Fecha de finalización:** Miércoles 23 de junio.

**Días y horarios:** Lunes y miércoles, de 20 a 22 horas.

**Lugar:** Sala de informática de LICCOM.

**Cupo:** 15 personas.

**Inscripciones:** enviar un e-mail a [cursos@liccom.edu.uy](mailto:cursos@liccom.edu.uy) hasta el 19 de mayo con los siguientes datos:

- Nombre completo:
- C.I.:
- E-mail:
- Título:
- Título expedido por:

**ATENCIÓN:** En el asunto del e-mail se debe incluir el Nro. de Referencia: 201006

**Leonardo Moreira** es Licenciado en Ciencias de la Comunicación (UDELAR) y posgraduado en Producción Audiovisual en la Universidad Santa María de La Rábida (Huelva, España). Trabajó en el ámbito publicitario como Redactor Creativo, Planificador de Medios y Productor. Funcionario de la Intendencia Municipal de Montevideo, trabaja en la División Comunicación, siendo Editor General de su sitio web desde su creación en 1998. Docente de Publicidad en el Curso Técnico en Comunicación Social (CETP-UTU) y en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, tiene a su cargo las materias de 4º año "Planificación de Medios Publicitarios" y "Taller de Redacción Creativa".

**Marianela Fernández** es Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UDELAR), Licenciada en Sociología (UCUDAL) y Master en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo por la Universidad Complutense de Madrid. Trabajó en el ámbito de la investigación social como Coordinadora de estudios del Área Medios y Comunicación de Equipos MORI. Es responsable del Área de Comunicación y Relaciones Interinstitucionales de la Defensoría del Vecino de Montevideo y se desempeña como Asistente de la Dirección de Vicerrectoría del Medio de la Universidad Católica del Uruguay. Actualmente coordina el proyecto de investigación sobre "El estado de la comunicación en las ONG Uruguayas" junto a ANONG y participa como Asesora voluntaria del Movimiento Scout del Uruguay y de la Asociación Civil sin fines de Lucro EDUCAMPO.